



Observatorio Vodafone de la Empresa 2018

II Estudio sobre el estado de digitalización
de las empresas y Administraciones Públicas españolas

El Observatorio Vodafone de la Empresa 2018

Compartir el conocimiento digital

El Observatorio Vodafone de la Empresa es una plataforma de contenido que tiene como objetivo ayudar a las empresas e instituciones españolas en su proceso de digitalización. Recoge las preocupaciones de los profesionales a nivel nacional, las traslada a los mayores expertos y explora todas las oportunidades que ofrece la revolución digital. Es un gran foro de conocimiento compartido que sirve como inspiración tanto para las empresas como para la sociedad.

ObservatorioVodafone.com

Partners digitales

Desde su nacimiento, el Observatorio cuenta con la colaboración de socios del prestigio como **Google España** y **Opinno**, editora de **MIT Technology Review en español**. Ambas instituciones enriquecen de manera sustantiva el Observatorio con la aportación de sus contenidos y expertos digitales.

Google

MIT
Technology
Review

El estudio y su metodología

La digitalización como motor de cambio

El Estudio sobre el estado de digitalización de las empresas y Administraciones Públicas españolas, que este año realiza su segunda edición, analiza cómo están viviendo los profesionales y los funcionarios en España la digitalización y cómo están adaptándose a las nuevas dinámicas laborales y personales que implica una era digital en constante cambio. ¿En qué están fallando y acertando las empresas e instituciones españolas en la digitalización? ¿Cuáles son las prioridades en las estrategias digitales actuales? El estudio recoge además declaraciones de casos de éxito y de perfiles de expertos de diversos sectores y regiones.

Hemos desglosado el estudio en:

Profesionales y Pequeñas Empresas
1-9 empleados

Pymes
10 - 99 empleados

Grandes Empresas
Más de 100 empleados

Administraciones Públicas

El II Estudio sobre el estado de digitalización de las empresas y Administraciones Públicas españolas del Observatorio Vodafone de la Empresa ha sido realizado entre el 2 abril y el 6 de julio de 2018 por Vodafone, con el apoyo de Opinno, consultora de innovación. Ha contado con una fase cuantitativa con 3.000 entrevistas telefónicas a directivos y responsables de digitalización de las organizaciones en base a una muestra seleccionada del DIRCE, y con una fase cualitativa, con 60 entrevistas en profundidad al mismo perfil de profesionales de diferentes segmentos y empresas e instituciones en España.

Desglose por sectores:

Agricultura, Silvicultura, Minería (39), Industria (449), Comercio minorista (286), Comercio mayorista (246), Hoteles, restaurantes, cafeterías, bares (296), Transporte, logística (218), Construcción (176), Servicios (913). Total: 2.623 entrevistas.

Desglose por AA.PP.:

Administración Central (45), Seguridad Social (10), Comunidades Autónomas (76), Diputaciones, Cabildos y Consejos (35), Ayuntamientos de más de 500.000 habitantes (2), Ayuntamientos de resto capitales de provincia (35), resto de Ayuntamientos (198). Total: 401 entrevistas.

Introducción

La digitalización, una oportunidad de crecimiento

En la actualidad, la tecnología no solo no espera a nadie, sino que ejerce una presión cada vez mayor sobre las organizaciones y les plantea tres escenarios en el mercado de cara al futuro: la adaptación, la expansión y la obsolescencia. La digitalización ya no solo es una oportunidad de crecimiento, sino una cuestión de supervivencia. Los avances técnicos en herramientas digitales imponen un ritmo vertiginoso de cambio de hábitos de consumo y de comportamientos. Un proceso que afecta a la esencia de las organizaciones y agita su cultura tradicional.

Además, el cambio tecnológico impacta en las sociedades tal y como hoy las conocemos. “Las nuevas técnicas de recopilación y análisis de enormes volúmenes de datos nos ayudarán a ver el sentido de nuestro mundo de una forma que apenas intuimos”. Así es cómo el académico de la Universidad de Oxford, Viktor Mayer-Schönberger, y el editor de The Economist, Kenneth Cukie, explican cómo el dato se ha convertido en el motor del mercado digital.

La digitalización plantea hoy en día tantos retos como incertidumbres y requiere de empresas e instituciones flexibles, capaces de adaptarse al cambio permanente y de asumir procesos híbridos en los que se mezclan lo físico y lo virtual. Pero, aún con mayor fuerza, necesita estrategias claras y pasos firmes encaminados hacia la adaptación y la innovación.

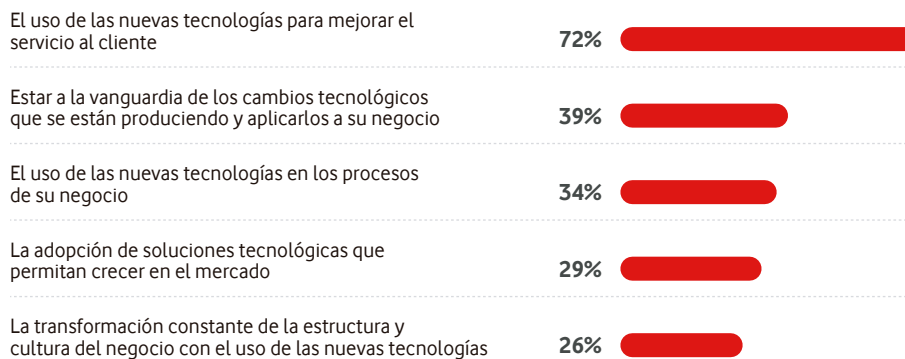
Radiografía nacional del estado de digitalización

La llave que abre puertas con el cliente

La digitalización es un término que aún resulta novedoso para parte de la sociedad. No todas las personas que lo escuchan entienden lo mismo y aún hay diferentes visiones sobre su significado. Por ello, perfilar el sentido mayoritario que le dan hoy en día las empresas es clave para comprender el concepto y su impacto socioeconómico.

El 72% entiende que la transformación digital significa usar las nuevas tecnologías para mejorar el servicio al cliente. Consideran que solo se logrará esa mejora cuando el cambio parta desde dentro de las compañías.

¿QUÉ ENTIENDEN LAS EMPRESAS POR DIGITALIZACIÓN?



Base: Todos los encuestados.



¿Cómo ha influido la digitalización en la relación con el cliente?

Las empresas consideran que la relación con los clientes ha mejorado

Las empresas españolas no dudan al afirmar que en los últimos dos años se ha transformado la relación con los clientes. Seis de cada diez compañías, independientemente de su volumen, perciben una mejora en la comunicación con los usuarios. Aunque las valoraciones son muy similares, las Grandes Empresas se convierten, con un 70%, en el grupo de empresas que otorgan una mayor valoración a esa mejora de la relación. El estudio también refleja que una de cada tres compañías muestra un optimismo más moderado, ya que asegura que la relación con los clientes se ha mantenido igual y no ha cambiado con respecto a hace unos años.

¿HA CAMBIADO LA RELACIÓN CON EL USUARIO EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS?

PROFESIONALES Y PEQUEÑAS EMPRESAS

El 61% de los Profesionales y Pequeñas Empresas indica que la relación con sus clientes ha mejorado en los dos últimos años, mientras que únicamente un 3% cree que ha empeorado. En paralelo, casi 4 de cada 10 pequeños negocios muestran un optimismo más moderado y entienden que la relación con los usuarios se ha mantenido igual en ese periodo.



considera que su relación ha mejorado



cree que la relación se ha mantenido igual



apunta que la relación se ha deteriorado

Base: Todos los encuestados.

PYMES

Las Pymes consideran que su relación con los clientes ha mejorado en los últimos dos años. Se muestran más optimistas en este aspecto que los Profesionales y Pequeñas Empresas y apuntan a un 68% de mejora. Por su parte, un 31% de este tipo de empresas percibe que el trato con los usuarios se ha mantenido estable y apenas un 1% entiende que se ha deteriorado.



considera que su relación ha mejorado



cree que la relación se ha mantenido igual



apunta que la relación se ha deteriorado

Base: Todos los encuestados.

GRANDES EMPRESAS

En cuanto a las Grandes Empresas, también muestran una valoración alta al referirse a la evolución de su relación con los clientes. De hecho, un 70% señala que ha mejorado en los dos últimos años, con apenas un 1% que considera que ha empeorado. Se mantiene la tendencia de las Pymes, siendo casi tres de cada diez las que entienden que la relación con los usuarios se ha mantenido igual.



considera que su relación ha mejorado



cree que la relación se ha mantenido igual



apunta que la relación se ha deteriorado

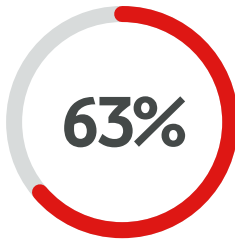
Base: Todos los encuestados.



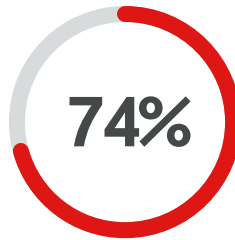
EL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA MEJORAR LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

Cuando se les pregunta a las empresas por la importancia que ha tenido la digitalización a la hora de influir en ese cambio de la relación con el cliente, todas coinciden (superando el 60%) en que la digitalización ha servido para mejorar este contacto con el cliente. Las que más destacan este beneficio son las Grandes Empresas: un 84% de ellas apunta en esta dirección. Por su parte, un 74% de las Pymes así lo creen y un 63% de los Profesionales y Pequeñas Empresas creen que las nuevas tecnologías han contribuido a mejorar su relación con el cliente.

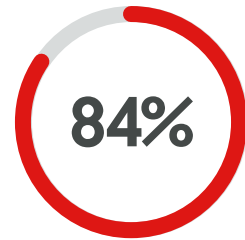
Profesionales y Pequeñas Empresas



Pymes



Grandes Empresas



Base: Todos los encuestados.



"Los clientes son los beneficiados de que las empresas se estén digitalizando"

Pedro Rodríguez, Cervezanía, Horeca, Andalucía (Profesionales y Pequeñas Empresas)



"Quitar la digitalización sería como volver a las cavernas"

Fernando Garrido, director customer success group de Salesforce (Grandes Empresas)



"La comunicación en tiempo real con nuestros clientes nos ha permitido evolucionar"

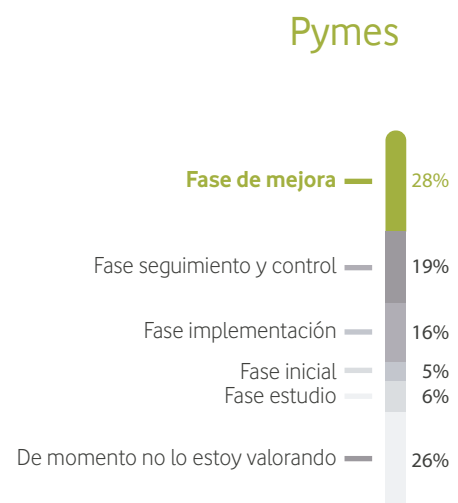
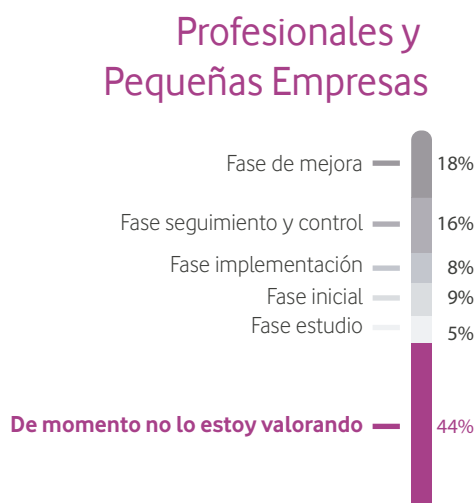
Cristian Cendón, TokApp, Galicia (Pymes)

¿Cuál es la percepción de las empresas sobre su estado de digitalización?

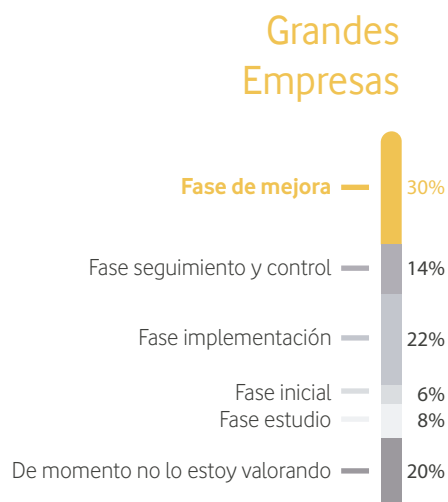
La digitalización aún no convence a todas las empresas

Las Pymes y las Grandes Empresas se encuentran, principalmente, en una fase de mejora de sus procesos de digitalización. En estos segmentos, la mayoría ya ha arrancado esta transformación y únicamente un 20% de las Grandes Empresas y un 26% de las Pymes afirman no estar valorándolo. La cuestión cambia en los Profesionales y Pequeñas Empresas, ya que se aprecia que un 44% de estos negocios todavía no valora arrancar un plan de digitalización. Además, únicamente aplican pequeños cambios de forma espontánea y según van surgiendo necesidades concretas.

PERCEPCIÓN SOBRE EL ESTADO DE DIGITALIZACIÓN DE SU EMPRESA



Base: Todos los encuestados.



"Llevamos muchísimas versiones de plan de empresa, pero la mejor estrategia es ser capaz de entender a los clientes y adaptarte a ellos"

Iván Arrizabalaga, Zapiens, Servicios, Asturias (Pymes)



"El español todavía no es digital, aunque nos vendan que sí"

Jaime Sánchez, Floridea, Retail, Madrid (Profesionales y Pequeñas Empresas)



"La digitalización puede abrir y está abriendo unas palancas fantásticas de eficiencia y modernización"

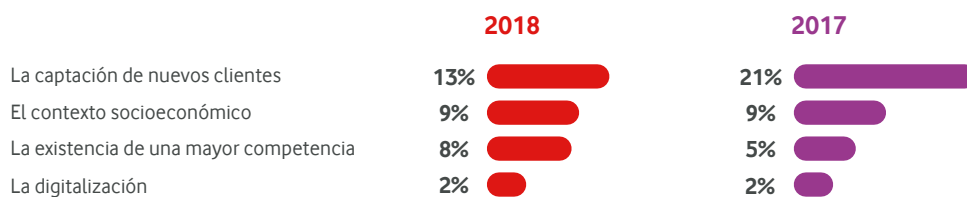
Mario Rodríguez, CIO/Head of IT de Siemens España (Grandes Empresas)

¿Cuál es la principal preocupación espontánea de las empresas?

La captación de nuevos clientes es lo que más preocupa a Profesionales y Pequeñas Empresas y Pymes

Entre las empresas de menor tamaño, la captación de nuevos clientes se sitúa como una de las principales preocupaciones espontáneas. Un 13% de los pequeños negocios declara que esta es su principal inquietud, mientras que un 20% de las Pymes menciona este punto como preocupación. Por su parte, el 12% de las Grandes Empresas sitúa a la digitalización como su principal preocupación.

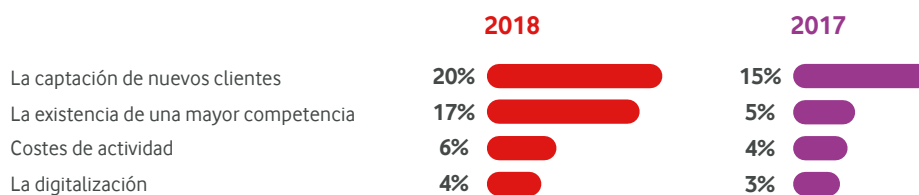
TOP PREOCUPACIONES DE PROFESIONALES Y PEQUEÑAS EMPRESAS



"A largo plazo con la digitalización sales ganando porque si no tienes una página web, no eres nadie"

Cristina Sainz, Posada de Villacarriedo, Horeca, Cantabria (Profesionales y Pequeñas Empresas)

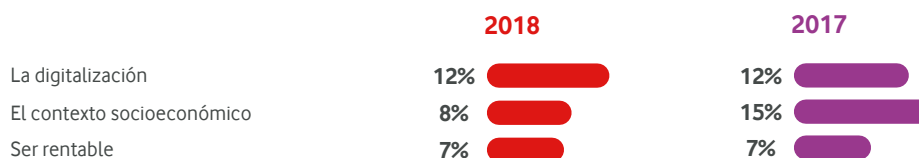
TOP PREOCUPACIONES DE PYMES



"Ser digital ayuda a crecer rápido y con costes optimizados, pero también ayuda a la competencia; hay que estar siempre adaptándose"

Luciana Blasco, Rastreator, Servicios, Madrid (Pymes)

TOP PREOCUPACIONES DE GRANDES EMPRESAS



"En Sacyr la transformación va encaminada a transformar la manera en la que hacemos las cosas para ser más eficientes, más operativos y más competitivos"

Francisco Gonzalo, CIO de SACYR (Grandes Empresas)

Base: Total de respuestas.
Pregunta abierta con multirespuesta (no se sugería ninguna respuesta a la persona entrevistada)

¿Cuál es la principal preocupación sugerida de las empresas?

Aumenta la preocupación de las empresas por la digitalización

El estudio de este año refleja que las organizaciones, al contrario que en 2017, están abordando el cambio digital de una forma más planificada, dando respuestas a las necesidades de los clientes con una estrategia previa más consolidada. El informe del año pasado concluía que las empresas llevaban a cabo sus planes digitales de una manera más espontánea y en función de las demandas puntuales del mercado. Este año, sin embargo, la irrupción de las nuevas tecnologías en las rutinas profesionales ejerce un mayor impacto en la planificación empresarial española.

Cuando se ofrece a los encuestados un listado de posibles preocupaciones, todas las empresas, independientemente de su tamaño, se muestran más preocupadas por la digitalización que el año pasado. En una escala sobre 10, los Profesionales y Pequeñas Empresas aumentan su media de preocupación de 6 a 6,6 puntos en 2018, las Pymes de 6,3 a 7,4 y las Grandes Empresas, de 7,2 a 7,6.



"Estamos planteándonos lo de las nuevas tecnologías para expandir nuestro negocio un poco, aumentar ventas y conseguir más clientes"

María Carrido, Frutería López de Hoyos, 198, Retail, Madrid (Profesionales y Pequeñas Empresas)



"El proceso ha llevado una inercia que se ha ido adaptando a la realidad del mercado"

VÍctos Bandín, Agencia Fly Me to the Moon, Servicios, Madrid (Pymes)



"Empresas como Amazon están marcando los niveles de servicio digital a los que los demás se tienen que sumar porque el consumidor se acostumbra rápido a lo bueno"

Javier Paniagua, jefe de transformación digital de Pascual (Grandes Empresas)

NOTA MEDIA QUE OTORGAN A LA PREOCUPACIÓN POR ESTAR DIGITALIZADAS*

PROFESIONALES Y PEQUEÑAS EMPRESAS

PYMES

GRANDES EMPRESAS



6,6

2018



7,4

2018



7,6

2018



6,0

2017



6,3

2017



7,2

2017

Base: Todos los encuestados.
Pregunta con listado de respuestas sugeridas.

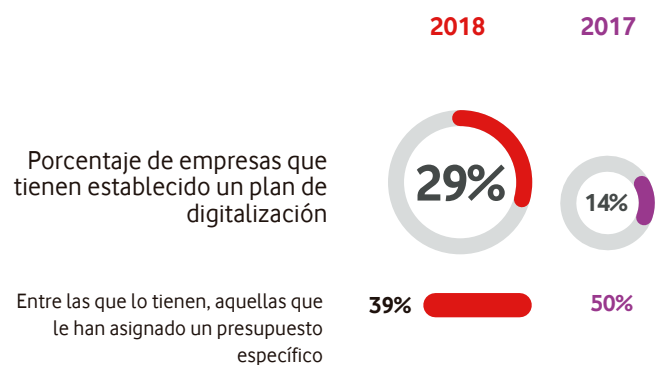


La inversión en digitalización se reduce y los planes aumentan

Las empresas de todos los segmentos que cuentan con un plan de digitalización han aumentado en 2018. Con respecto al año pasado, la mayor diferencia se registra en Pymes, ya que aumentan del 19% al 43% las empresas que definieron un plan concreto para digitalizarse. En el caso de los Profesionales y Pequeñas Empresas pasan del 14% al 29% aquellos negocios con una estrategia planificada. Por su parte, las Grandes Empresas suben 7 puntos porcentuales, hasta situarse en el 53%.

PROFESIONALES Y PEQUEÑAS EMPRESAS

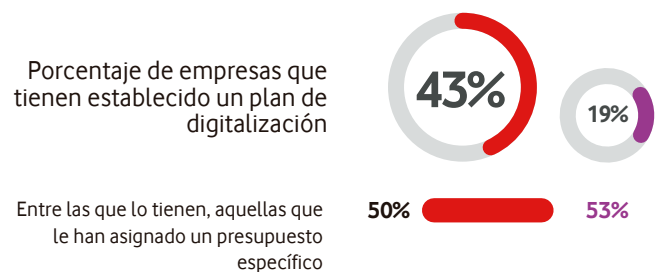
En el caso de los Profesionales y Pequeñas Empresas, aumenta el número de las que tienen un plan asignado, aunque se reduce las que tienen un presupuesto concreto. Casi un tercio reconoce contar con una estrategia y un 39% de los que tienen este tipo de plan lo dotan con una partida económica específica.



Base: Todos los encuestados.

PYMES

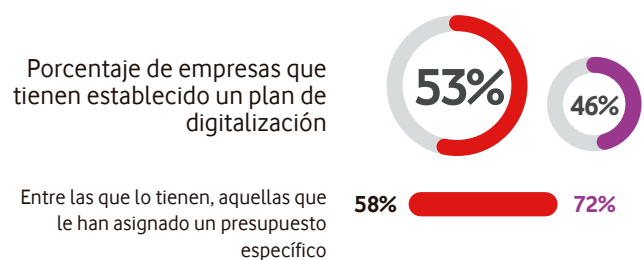
En cuanto a las Pymes, también se refleja un incremento de aquellas que cuentan con un plan específico, llegando a representar el 43% del total. Se produce un aumento de 24 puntos porcentuales con respecto a 2017. El 50% de las que sí abordan un plan, le destinan presupuesto.



Base: Todos los encuestados.

GRANDES EMPRESAS

Aumenta el número de las que recalcan tener un plan específico para la digitalización, aunque se reducen las que cuentan con un presupuesto concreto. Esto se debe a que las Grandes Empresas ven la digitalización como algo que afecta a todos los departamentos y no lo gestionan en una partida específica, según se deduce de las respuestas del cuestionario cualitativo.



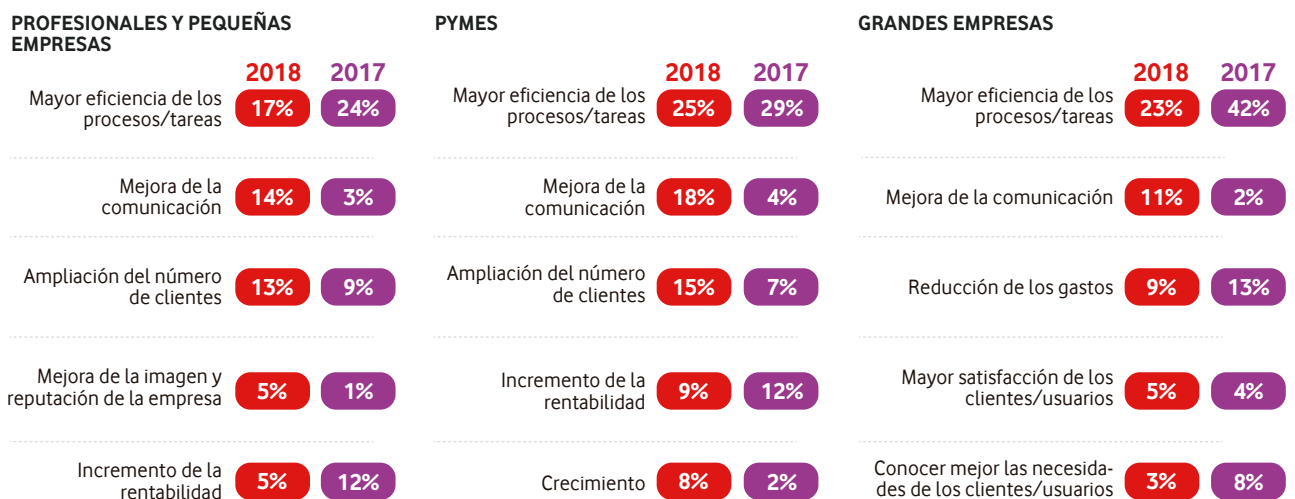
Base: Todos los encuestados.

¿Qué beneficios buscan con los cambios digitales?

Ser más eficientes en los procesos y tareas, la gran ventaja que ven las empresas al digitalizarse

Todas las empresas, independientemente de su tamaño, coinciden en que el mayor beneficio que obtienen al digitalizarse es una mayor eficiencia en los procesos. Ganan en automatización de las dinámicas internas y ello implica una ganancia de tiempo que los empleados pueden destinar a nuevas tareas. Asimismo, todas ellas sitúan como la segunda ventaja el hecho de que mejora la comunicación con los clientes; el contacto se vuelve más ágil y directo gracias a las herramientas digitales. En concreto, para las Pymes y los Profesionales y Pequeñas Empresas, otro gran beneficio de las nuevas tecnologías es que les ayudan a aumentar su cartera de clientes. Por su parte, las Grandes Empresas destacan además la reducción de los gastos.

TOP BENEFICIOS



Base: Total de respuestas. Pregunta abierta con multirrespuesta.



"Tenemos todo mucho más mecanizado. Las mismas personas que estábamos antes somos capaces de hacer más volumen de trabajo"

Mikel Moisen, Txirula Musik, Retail, País Vasco (Profesionales y Pequeñas Empresas)



"Estamos pasando a un modelo de estrategias de clientes mucho más cualitativas y mucho más selectivas y segmentadas"

Borja Bergareche, Chief Innovation Officer de Vocento (Grandes Empresas)



"Ser una empresa digital te ayuda a controlar y disminuir los costes y a crecer vendiendo online"

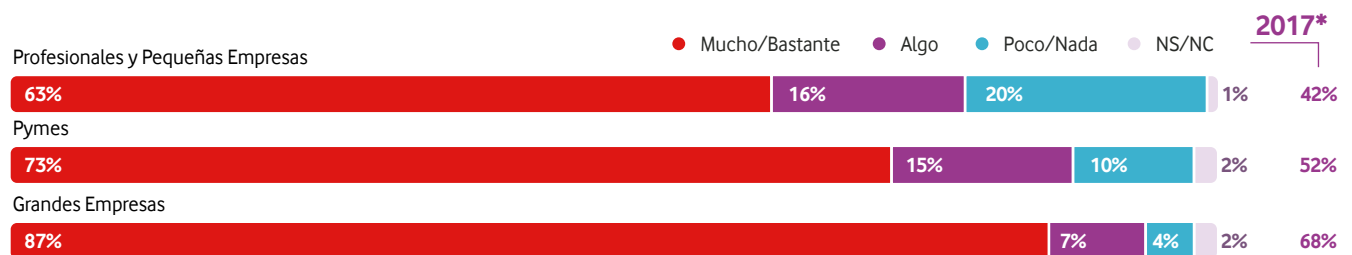
Marc Bigas, Skitude, Servicios, Cataluña (Pymes)

¿En qué servicios priorizarán sus inversiones digitales?

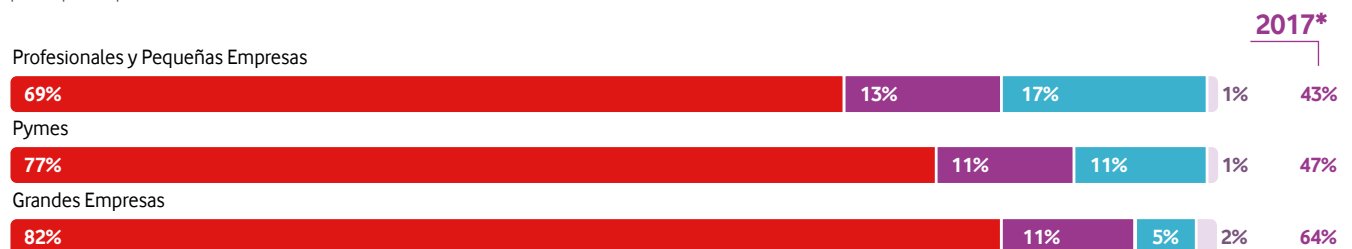
La seguridad y la conectividad siguen siendo las áreas de inversión más destacadas

Los servicios más importantes para las empresas españolas de cualquier tamaño siguen siendo los relacionados con la seguridad y la conectividad. Respecto a 2017, aumenta notablemente la relevancia de Internet de las Cosas y de Big Data. En este sentido, se observa que más del 60% de todos los segmentos considera que la seguridad y la conectividad son puntos vitales en sus prioridades de inversión. En cambio, menos del 50% de las empresas considera que los servicios en la Nube son muy importantes en términos de inversión. Esto se debe a que este tipo de servicios ya está integrado en las herramientas de la empresa y no precisan de mayor inversión. En el caso de Pymes y Grandes Empresas, el trabajo colaborativo es una prioridad para más del 60%, mientras que hay una gran diferencia entre las prioridades sobre Big Data: solo un 37% de las Pymes lo ven fundamental, cifra que llega al 53% en las Grandes Empresas. Sobre Internet de las Cosas, ambos segmentos lo consideran importante.

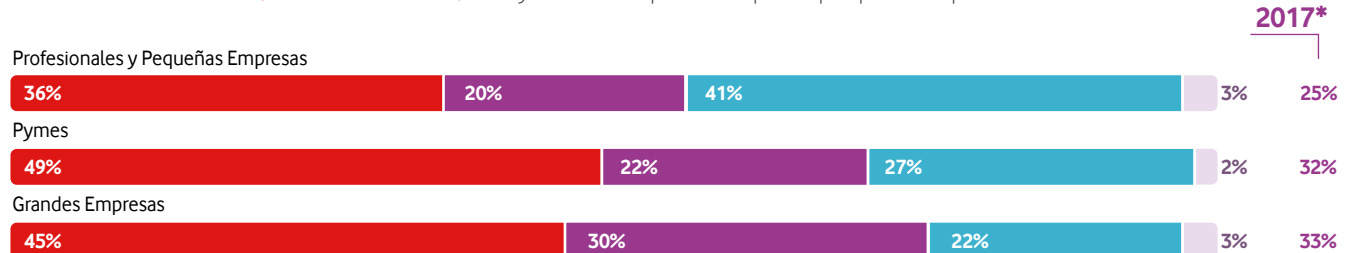
SISTEMAS DE SEGURIDAD Blindar los sistemas es prioritario para todas las empresas, sobre todo, para las de mayor tamaño



CONECTIVIDAD A LA RED Y ENTRE DISPOSITIVOS Para las Pymes y las grandes compañías, la conectividad es una de las principales prioridades de inversión



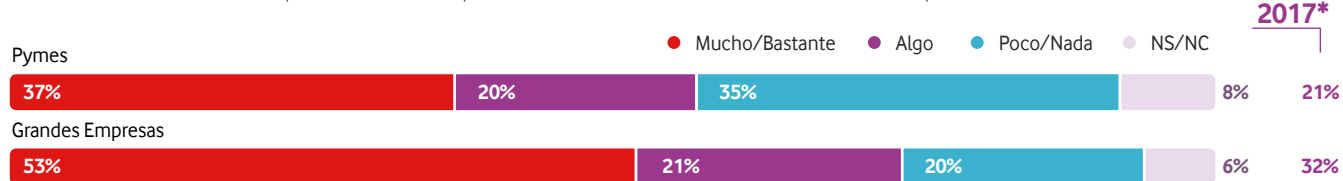
SERVICIOS EN LA NUBE (CLOUD Y HOSTING) Las Pymes son las que más se preocupan por este tipo de servicios



Base: Todos los encuestados.

*Suma de Muy y Bastante Importante de 2017.

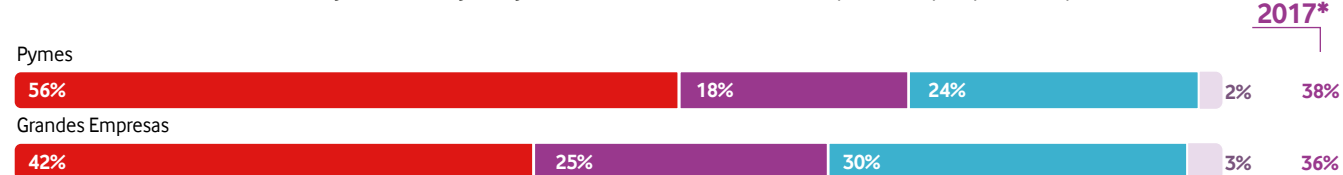
ANÁLISIS Y BIG DATA Su importancia crece respecto a 2017, destacando un 53% en Grandes Empresas



TRABAJO COLABORATIVO Es notablemente prioritario tanto para Pymes como para Grandes Empresas



INTERNET DE LAS COSAS La mayoría de las Pymes ya lo señalan como un servicio importante que quieren explotar



Base: Todos los encuestados.

*Suma de Muy y Bastante Importante de 2017.

NA equivale a 'No Aplica', dado que no existe comparativa con 2017.



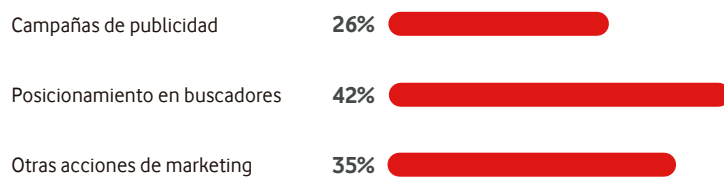
¿En qué servicios de comunicación digital muestran interés?

El posicionamiento en buscadores, prioritario en la estrategia de comunicación digital de los autónomos y Pymes

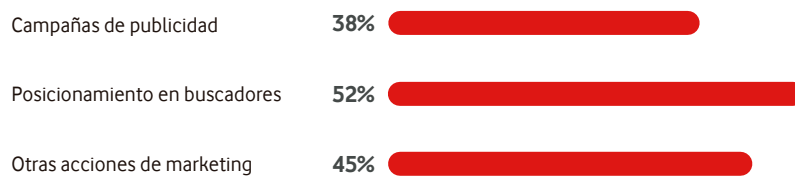
Los Profesionales y Pequeñas Empresas y Pymes reconocen tener mayor interés en posicionamiento en buscadores que en campañas de publicidad u otras acciones de marketing. En el caso de las Grandes Empresas, hay un equilibrio en el uso de los diferentes servicios de marketing y posicionamiento en buscadores y se priorizan las campañas de publicidad.

SERVICIOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD ONLINE

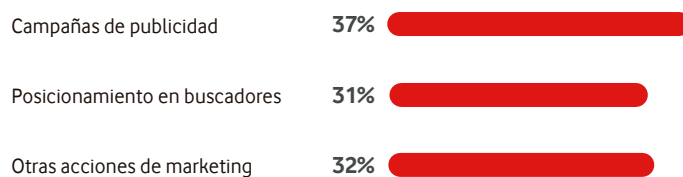
Profesionales y Pequeñas Empresas



Pymes



Grandes Empresas



Base: Todos los encuestados.



"Tallerator requirió de un plan de negocio complejo y muy largo, sobre todo muy enfocado a Internet, en el que nos centramos en el posicionamiento en buscadores, las herramientas tecnológicas y en una campaña de marketing avanzada"

Pedro Pagés, Tallerator, Servicios, Comunidad Valenciana (Pymes)

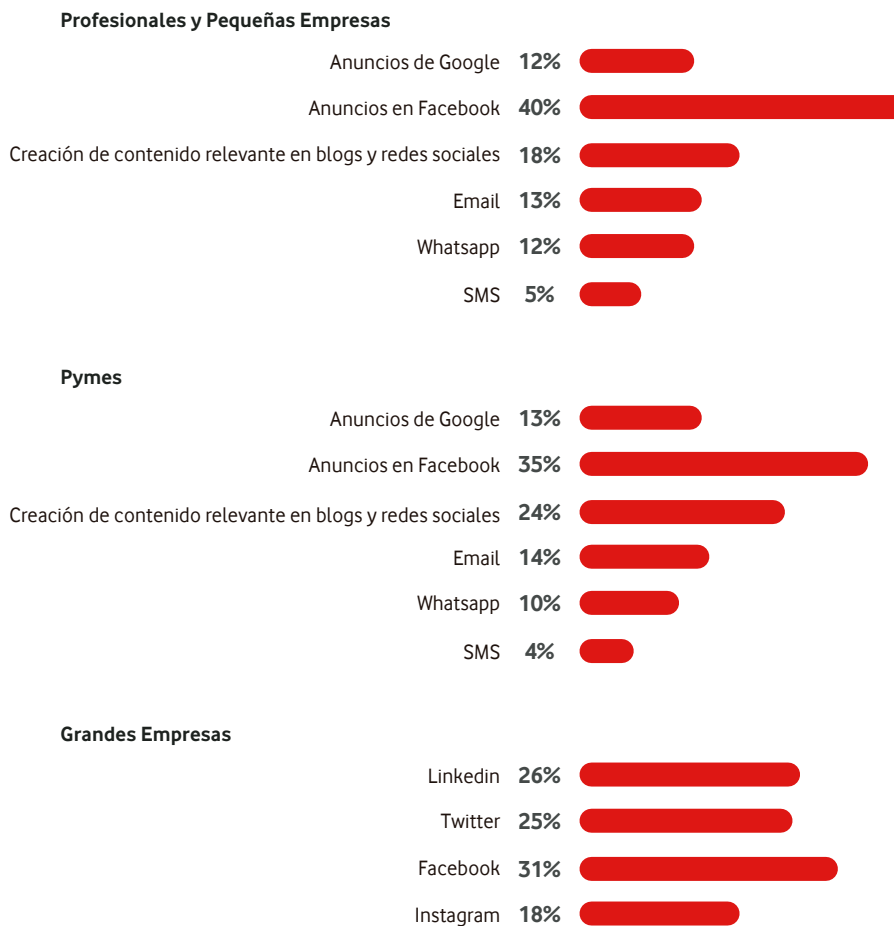
¿En qué herramientas de comunicación digital están interesadas las empresas?

Las redes sociales, las plataformas preferidas por las empresas para dirigir su publicidad online

La redes sociales son las grandes favoritas de todos los segmentos para centrar sus esfuerzos de publicidad en internet. Los Profesionales y Pequeñas Empresas y las Pymes coinciden en el uso de estas plataformas y en un uso similar de las herramientas de email y Whatsapp que ronda el 10% de penetración. En el caso del SMS, su uso se restringe al 5% en Profesionales y Pequeñas Empresas y al 4% en las Pymes.

En el caso de los Profesionales y Pequeñas Empresas y de las Pymes se preguntó por los diferentes servicios que utilizan, mientras que en el de las Grandes Empresas se preguntó específicamente por redes sociales para conocer el grado de penetración de las mismas.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL



Base: Todos los encuestados.



"Al definir la estrategia, nos dimos cuenta de la importancia de que Kauman estuviese en las redes sociales"

Juan Rey, Kauman, Galicia (Pymes)

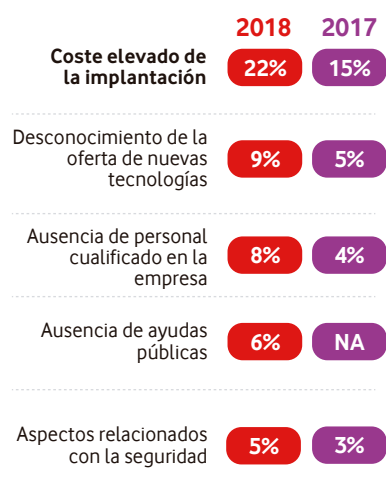
¿Qué está actuando como freno en la digitalización?

Los costes de implantación, la principal barrera

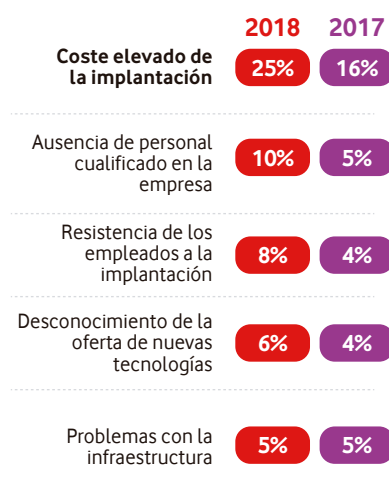
La digitalización requiere de una inversión inicial alta y sus beneficios económicos son invisibles a corto plazo. Por eso, el alto coste de implantar nuevas tecnologías se impone como el mayor obstáculo para los tres segmentos empresariales. Además, consideran que su personal no está suficientemente formado en el uso de estas tecnologías y que ello supone también una barrera. En esta línea, la resistencia de los empleados a la digitalización es un reto para las Pymes y las Grandes Empresas.

TOP 5 BARRERAS

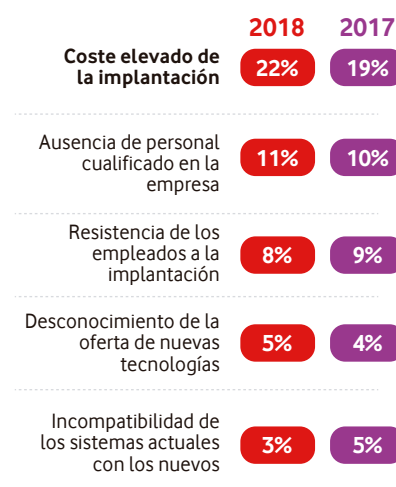
Profesionales y Pequeñas Empresas



Pymes



Grandes Empresas



Base: Total de respuestas. Pregunta abierta con multirrespuesta.

NA equivale a 'No Aplica', dado que no existe comparativa con 2017.



"No fue fácil decidir llevar una doble gestión en paralelo de nuestro catálogo en la tienda y online, el segundo se gestiona a mano en Excel cada dos semanas"

Adolfo M. Trujillo, Caravanas Arure, Transporte, Canarias (Profesionales y Pequeñas Empresas)



"Una primera dificultad de la digitalización es la financiera; como toda organización siempre presentamos más proyectos de lo que nuestro presupuesto es capaz de asumir"

Ignacio Horcajo, Technology & Information Security de Accenture (Grandes Empresas)



"La capacidad de adaptación no es un tema de edad ni de departamento, sino de la naturaleza de la persona"

Silvia Martín, Suanfarma, Industria, Madrid (Pymes)

¿Quién les ayudará a digitalizarse?

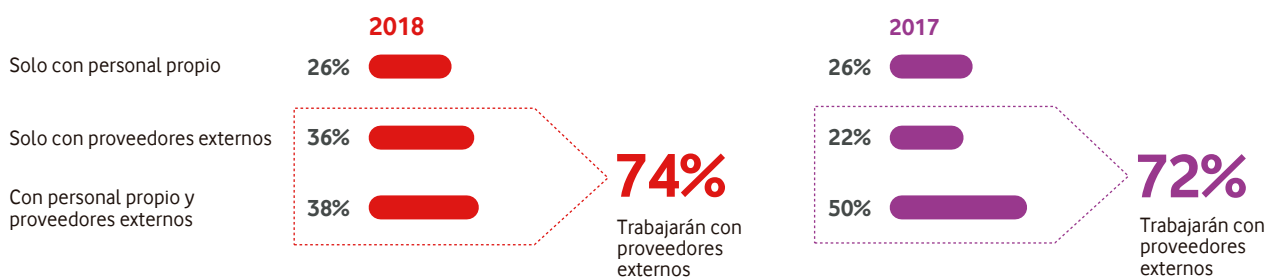
Más del 70% de las empresas españolas confían en proveedores externos para su digitalización

Las empresas españolas apuestan por externalizar el proceso de digitalización, algunas en su totalidad y otras en momentos puntuales. Respecto al año pasado, aumenta el número de empresas que opta por contratar a proveedores externos o combinar trabajadores propios con terceros para desarrollar su proceso de digitalización.

CON QUIÉN LLEVARÁN A CABO SU DIGITALIZACIÓN

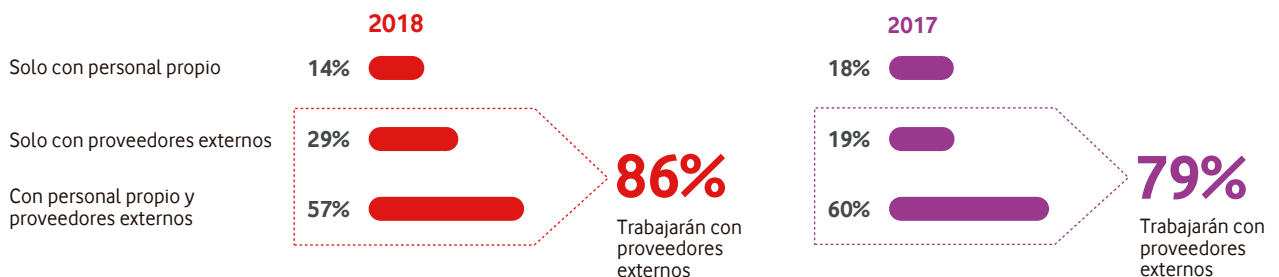
Profesionales y Pequeñas Empresas

Aumenta en 2 puntos porcentuales el número de empresas que involucra a proveedores externos en su proceso de digitalización, llegando al 74%.



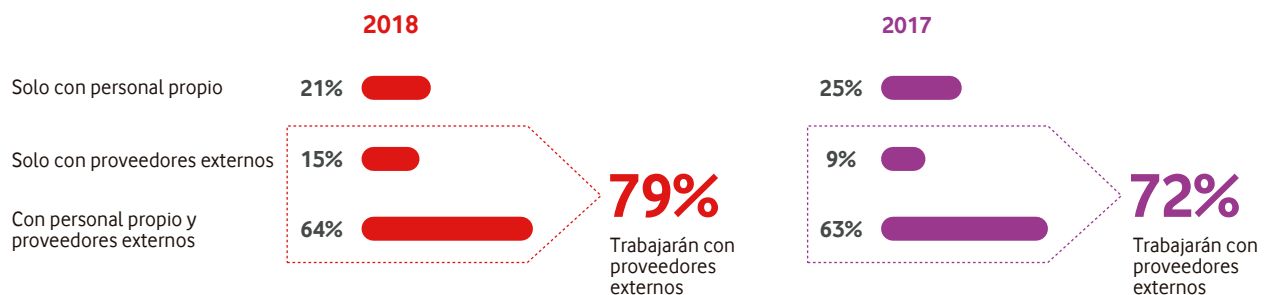
Pymes

El 86% de las empresas apunta que trabajan con proveedores externos, 7 puntos más que en 2017.



Grandes Empresas

Aumenta en 7 puntos el número de las que cuentan con personal externo y llega a situarse casi en el 80%.



Base: Todos los encuestados.

¿Quién les ayudará a digitalizarse?

Las empresas valoran diferentes tipos de empresas para abordar la digitalización

Las empresas españolas confían en diferentes tipos de empresas a la hora de abordar su digitalización. Los Profesionales y Pequeñas empresas apuestan por empresas locales seguidas de operadores de telecomunicaciones, mientras que las Pymes confían más en las grandes empresas del sector. En el caso de las Grandes Empresas, su preferencia son las empresas consultoras seguidas de los operadores de telecomunicaciones.

TIPOS DE PROVEEDORES PARA LA DIGITALIZACIÓN

Profesionales y Pequeñas Empresas		Pymes		Grandes Empresas	
Tipo de proveedores	2018	Tipo de proveedores	2018	Tipo de proveedores	2018
Empresas locales de informática	48%	Grandes empresas del sector (IBM, HPE, Apple, ORACLE, etc)	51%	Empresas consultoras (PWC, Accenture, etc)	35%
Operadores de telecomunicaciones	16%	Empresas locales de informática	21%	Operadores de telecomunicaciones	27%
Autónomos	16%	Empresas consultoras (PWC, Accenture, etc)	12%	Grandes empresas del sector (IBM, HPE, Apple, ORACLE, etc)	25%
Amigos/conocidos/familiares	11%	Operadores de telecomunicaciones	9%		

Base: Total de respuestas.
Pregunta abierta con multirrespuesta.



Empresas de más de 500 empleados

Las compañías más grandes, camino a la innovación

Las compañías con más de 500 empleados ven en la digitalización una herramienta de crecimiento y consolidación

La investigación realizada a las compañías de más de 500 empleados revela que ya han asumido por completo la tarea de la digitalización y que ha cambiado hasta la forma de trabajar en estas empresas.

Podemos extraer algunas conclusiones relevantes que las diferencian del resto de las compañías:

- Las empresas de más de 500 empleados declaran haber experimentado un ahorro económico gracias a la digitalización, aunque apuntan a que la alta inversión inicial impide ver los beneficios a corto plazo.
- Las dinámicas de trabajo se han vuelto más colaborativas y se ha pasado a un modelo de jerarquía dinámica en el que los trabajadores tienen una mayor participación en las decisiones empresariales.
- Las empresas entrevistadas destacan que las resistencias a la digitalización han surgido de manera individual y no de los departamentos o la estructura de la empresa. Perciben que esta transformación ha permitido una mayor agilidad en los procesos.
- De manera unánime, este grupo de empresas señala que se ha transformado la relación con el cliente y que este es cada vez más exigente.
- Cada vez más empresas consideran importante Blockchain para su negocio y apuntan a la importancia de internet de las cosas. La inteligencia artificial también surge como prioridad entre estas empresas y, con ella, la importancia de contar con tecnología de machine learning.



"Nuestro siguiente paso es la Inteligencia Artificial para hacer procesos más predictivos y que aprendan sobre comportamientos de alumnos, de profesores...Por ejemplo, los chatbots actuales pueden captar incluso tus emociones en las conversaciones"

Margarita Villegas, consejera de transformación digital de la Universidad de la Rioja (Grandes Empresas)



"Una transformación digital es estar donde el cliente quiere estar cuando quiere y en el momento que lo considera oportuno"

Ángela Sánchez Vignote, Head of Digital de ING Direct (Grandes Empresas)



"Hay que eliminar departamentos, hablar de proyectos, hablar de prioridades y pasar de un edificio completamente aislado a trabajar como pequeñas start-ups, con pequeños scrums, con foco y objetivos muy concretos"

Raúl Pérez, director adjunto de transformación digital de BBVA (Grandes Empresas)

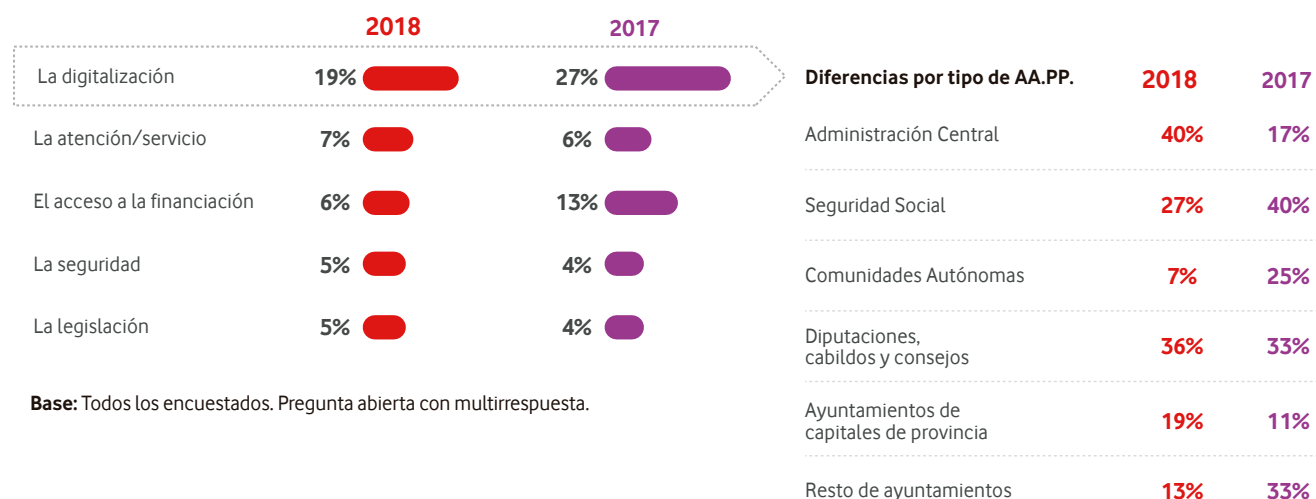
Administraciones Públicas

¿Qué es lo que más preocupa a las Administraciones Públicas?

Las Administraciones Públicas reducen su preocupación sobre la digitalización, pero sigue siendo su mayor foco

Aunque cae en 8 puntos respecto a 2017, la digitalización continúa siendo la mayor preocupación entre las instituciones públicas españolas, especialmente en la Administración Central y en las diputaciones, cabildos y consejos. El problema del acceso a la financiación se reduce respecto al año anterior, mientras que el resto de preocupaciones aumentan. Se incrementan ligeramente las preocupaciones relativas a la atención y el servicio prestado al ciudadano, la seguridad y cómo impacta la legislación en su actividad.

TOP 5 PREOCUPACIONES DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



Base: Todos los encuestados. Pregunta abierta con multirrespuesta.



"Toda Administración pública debe acometer la transformación digital para adecuarse a los tiempos que corren"

Fernando Suárez, director del Área de Transparencia y Gobierno Abierto



"Surgió la necesidad de adecuarnos a la administración electrónica, a las leyes 39 y 40, e hicimos modificaciones más profundas de ciertos procesos. Gracias a esta normativa se atienden a ciertas demandas y se mejora la experiencia del ciudadano"

Josefina González, jefa del departamento de organización y procesos del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) (Administraciones Públicas)

¿Qué beneficios y barreras ven las instituciones en la digitalización?

Las Administraciones ven en la eficiencia la mayor ventaja de la digitalización, pero encuentran demasiado elevado el coste de su implementación

La eficiencia vuelve a posicionarse como el beneficio que más satisface a las Administraciones Públicas, y aumenta en 20 puntos respecto al año anterior. La mejora de la comunicación con el ciudadano es otra de las grandes ventajas que identifican al digitalizarse. Como se puede observar en el bloque siguiente, más del 90% reconoce que el uso de las nuevas tecnologías ayuda a mejorar la relación de la Administración con los ciudadanos. A la hora de iniciar el proceso digital, el coste se establece como la principal barrera que encuentran las administraciones. La resistencia de los funcionarios a la implantación de las nuevas herramientas tecnológicas se observa como el segundo impedimento y aumenta hasta situarse en el 16%.

BENEFICIOS	2018		2017		BARRERAS	2018		2017	
Mayor eficiencia en la gestión	49%	29%			Coste elevado de la implantación/falta de presupuestos	19%	10%		
Mejora de la comunicación con el ciudadano	40%	18%			Resistencia de los empleados a la implantación	16%	6%		
Mayor satisfacción de los usuarios	10%	11%			Ausencia de personal cualificado en la Institución/ necesidad de formación	16%	17%		
Ahorro de tiempo/agilidad	9%	14%			Falta de financiación	8%	15%		

Base: Todos los encuestados. Pregunta abierta con multirrespuesta.

¿Ha cambiado la digitalización la relación con los ciudadanos?

Las nuevas tecnologías han mejorado la relación de las Administraciones Públicas con los ciudadanos

Un año más, las instituciones públicas encuestadas sostienen que la relación con sus ciudadanos ha mejorado mucho en los dos últimos años, con un 79% que lo afirma. Entre estos organismos, un 92% considera que una de las principales razones es la implantación de las nuevas tecnologías.



considera que la relación con sus ciudadanos ha mejorado en los dos últimos años



crea que es debido a la implantación de nuevas tecnologías

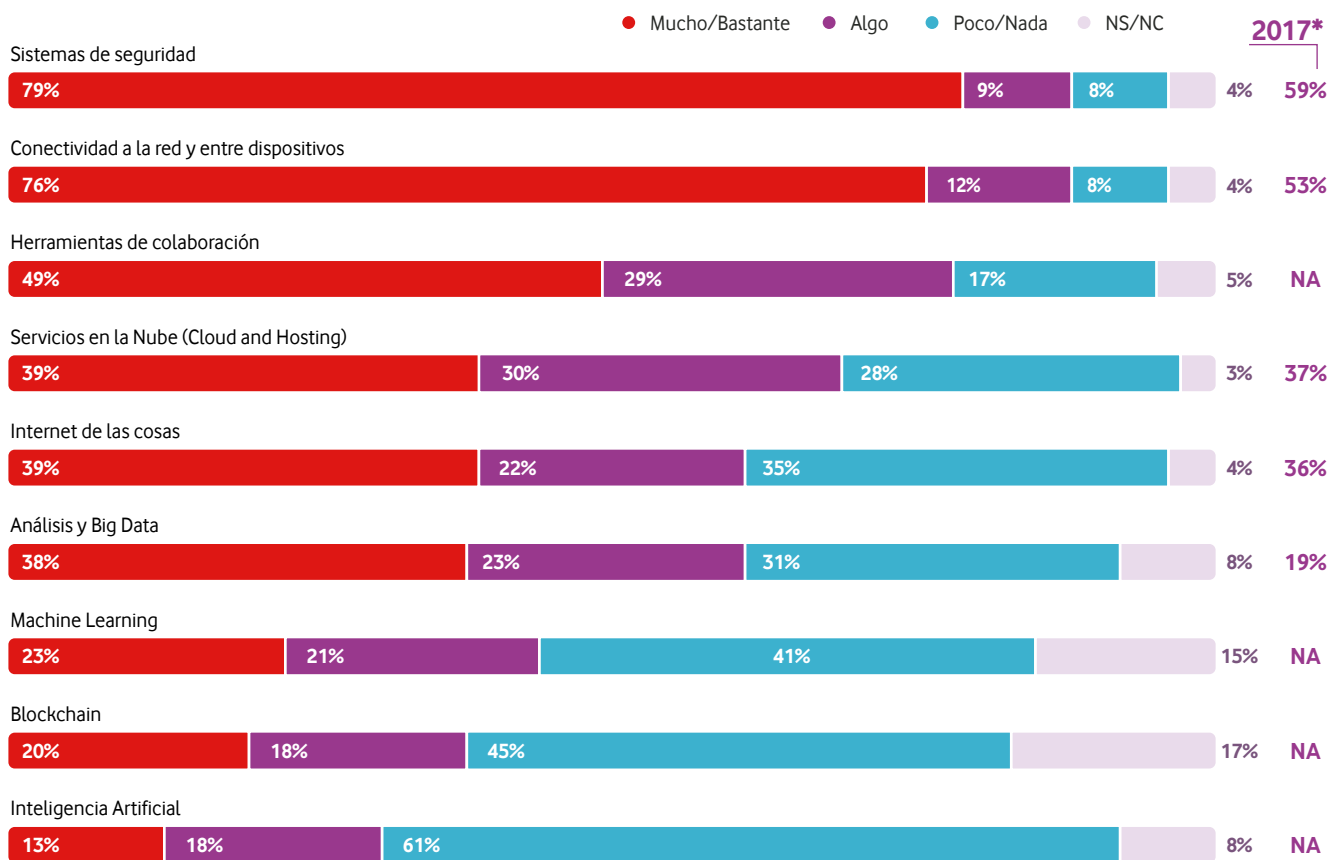
Base: Todos los encuestados.

¿En qué servicios priorizarán las instituciones sus inversiones digitales?

La seguridad y la conectividad, los servicios digitales más importantes para las Administraciones Públicas

Los sistemas de seguridad informática son la mayor prioridad para las instituciones españolas, cuya importancia además aumenta respecto a 2017. Muy cerca se sitúan los servicios de conectividad a Internet y entre dispositivos. Le siguen los servicios en la Nube e Internet de las cosas. En 2018 también emergen nuevas tecnologías como Blockchain, Inteligencia Artificial y Machine Learning aunque todavía resultan poco prioritarias para las instituciones.

IMPORTANCIA EN TÉRMINOS DE INVERSIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS



Base: Todos los encuestados.

NA equivale a 'No Aplica', dado que no existe comparativa con 2017.

*Suma de Muy y Bastante Importante de 2017.

Anexo

Comunidades autónomas y sectores

La digitalización, una prioridad para las empresas andaluzas

Las empresas españolas son conscientes de la importancia de la digitalización y de la obligación de abordar este paso para no quedarse obsoletas. Los datos reflejan una **mayor concienciación acerca de la necesidad de mantenerse actualizado en el mundo digital**. Sin embargo, esta realidad muestra diferencias entre regiones. Estos matices dan una muestra más precisa del estado de la digitalización en España y de la importancia que cada actor otorga a este respecto.

Por ejemplo, en el caso de las comunidades, **las empresas andaluzas son las que más importancia dan a la digitalización** y las que perciben las nuevas tecnologías como una buena herramienta para conectar con su cliente y ampliar sus negocios. Asimismo, las andaluzas son las empresas españolas que más afirman tener un plan para digitalizarse (un 36% afirma que dispone de una estrategia concreta) y de las que más recursos otorgan a llevarlo a cabo: de las que tienen un plan, el 48% le otorga recursos concretos.

Entre las comunidades a las que más les preocupa la digitalización destacan Galicia y País Vasco, que junto con Andalucía, son las regiones que más nota dan a este aspecto cuando se les pregunta por su nivel de preocupación ante la digitalización.

Desglose por sectores:

Agricultura, Silvicultura, Minería (39), Industria (449), Comercio minorista (286), Comercio mayorista (246), Hoteles, restaurantes, cafeterías, bares (296), Transporte, logística (218), Construcción (176), Servicios (913). Total: 2.623 entrevistas.

¿Cómo ha influido la digitalización en la relación con el cliente?

Andalucía y Comunidad Valenciana son las regiones cuyas empresas consideran que la relación con el cliente más ha mejorado

La mayoría de las empresas de las cinco comunidades autónomas analizadas en detalle destacan que la relación con los clientes ha mejorado en los últimos años. Destaca Andalucía, con un 71% de empresas que apuntan en esta dirección. Por su parte, el País Vasco es la comunidad con un mayor número de empresas que cree que la relación ni ha mejorado ni ha empeorado, con un 40% de ellas que piensan así.

EVOLUCIÓN DE LA RELACIÓN CON EL USUARIO EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS, POR CCAA

	TOTAL	COMUNIDAD				
		Andalucía	Cataluña	C.Valenciana	Galicia	País Vasco
Considera que su relación ha mejorado	61%	71%	59%	64%	59%	59%
Cree que la relación se ha mantenido igual	36%	27%	39%	34%	39%	40%
Apunta a que la relación se ha deteriorado	3%	2%	2%	2%	2%	1%

Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

Las empresas andaluzas confían en la tecnología para mejorar su relación con los clientes

El 71% de las empresas andaluzas consideran que la digitalización ha servido para mejorar la relación que mantienen con sus clientes. Se trata de una cifra ocho puntos porcentuales superior a la media estatal del 63%. En el lado contrario, un 59% de las empresas vascas opinan así, cuatro puntos por debajo de la media.

MEJORA DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE GRACIAS AL USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS, POR CCAA

	TOTAL	COMUNIDAD				
		Andalucía	Cataluña	C.Valenciana	Galicia	País Vasco
Considera que su relación ha mejorado gracias a la tecnología	63%	71%	62%	64%	62%	59%

Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

¿Cuál es la percepción de las empresas sobre su estado de digitalización?

Las empresas andaluzas, las que valoran su digitalización como más avanzada

En el caso de la percepción sobre la digitalización, un 23% de empresas andaluzas apunta a que está en una fase de seguimiento y control y un 19% señala que se encuentra en fase de mejora. En Galicia un 47% afirma no estar valorando digitalizarse, cifra que coincide con el porcentaje de empresas vascas que no tienen en el radar emprender un proceso de digitalización.

PERCEPCIÓN SOBRE EL ESTADO DE DIGITALIZACIÓN DE SU EMPRESA, POR CCAA

	TOTAL	COMUNIDAD				
		Andalucía	Cataluña	C.Valenciana	Galicia	País Vasco
Fase de estudio	5%	7%	5%	4%	3%	5%
Fase inicial	9%	8%	10%	13%	6%	9%
Fase de implementación	8%	8%	8%	10%	9%	15%
Fase de seguimiento y control	16%	23%	18%	14%	15%	12%
Fase de mejora	18%	19%	14%	18%	20%	17%
De momento no lo estoy valorando	43%	35%	44%	41%	47%	47%

Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

¿Cuál es la principal preocupación espontánea de las empresas?

La captación de nuevos clientes es prioritaria para las empresas de todas las comunidades

El 12% de las empresas de la Comunidad Valenciana considera que la captación de nuevos clientes es su mayor preocupación, seguidas de las andaluzas, con un 11%, y de las catalanas y vascas, con un 10%. El contexto socioeconómico preocupa especialmente a las empresas gallegas.

PERCEPCIÓN SOBRE LAS PREOCUPACIONES DE SU EMPRESA EN ESPONTÁNEO, POR CCAA

	TOTAL	COMUNIDAD				
		Andalucía	Cataluña	C.Valenciana	Galicia	País Vasco
La captación de nuevos clientes	13%	11%	10%	12%	9%	10%
La existencia de una mayor competencia	8%	9%	6%	4%	5%	4%
Costes de actividad	4%	6%	2%	4%	4%	5%
Ser rentable	4%	7%	6%	5%	4%	5%
El contexto socioeconómico	3%	3%	4%	3%	8%	4%
La digitalización	2%	---	2%	2%	1%	1%

Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

¿Cuál es la principal preocupación sugerida de las empresas?

País Vasco, la comunidad que presta más importancia a la digitalización

Cuando se ofrece a los encuestados un listado de posibles preocupaciones, las empresas del País Vasco son las que se muestran más preocupadas por la digitalización, seguidas muy de cerca por las empresas andaluzas y gallegas. Con una nota media ligeramente inferior, las empresas catalanas son las que menos preocupadas se muestran ante esta realidad.

NOTA MEDIA QUE OTORGAN A LA PREOCUPACIÓN POR ESTAR DIGITALIZADAS, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

Comunidades Autónomas	Nota Media
País Vasco	6,9
Andalucía	6,8
Galicia	6,8
C. Valenciana	6,7
Cataluña	6,5

Base: Todos los encuestados.

¿Es la planificación financiera crucial para evolucionar?

Las empresas andaluzas, a la cabeza de las que tienen un plan para digitalizarse

Un 36% de empresas andaluzas cuentan con un plan concreto para emprender la digitalización. Además, de estas, un 48% apunta a que dota de presupuesto a este plan. En el lado contrario, un 25% de empresas vascas tiene previsto un plan de digitalización y, de estas, únicamente un 33% señala que le asigna un presupuesto concreto.

EMPRESAS CON UN PLAN Y UN PRESUPUESTO PARA SU DIGITALIZACIÓN, POR CCAA

	TOTAL	Andalucía	Cataluña	C.Valenciana	Galicia	País Vasco
Porcentaje de empresas que tienen establecido un plan de digitalización	29%	36%	26%	27%	26%	25%
∨						
Porcentaje de empresas que le han asignado un presupuesto específico	40%	48%	40%	35%	39%	33%

Base: Todos los encuestados.

🟢 Significativo superior al total.

🔴 Significativo inferior al total.

¿Qué beneficios buscan con los cambios digitales?

País Vasco ve en la digitalización una oportunidad para la eficiencia; Galicia, para conectar mejor con los clientes

Sobre las ventajas de la digitalización, las empresas de las diferentes partes de España tienen visiones diferentes. En el caso de País Vasco, un 21% apunta a que mejora la eficiencia de sus procesos y tareas, mientras que en Andalucía únicamente un 13% de ellas apunta en esta dirección. Para un 16% de empresas gallegas, la mejor ventaja es que mejora la comunicación con el cliente, algo que contrasta con el valor que le dan las empresas vascas, de las que apenas un 10% señala que observa esta mejora. Por su parte, un 15% de empresas valencianas indican que la digitalización les sirve para ofrecer nuevos productos o servicios a un nuevo público.

PRINCIPALES BENEFICIOS DE LA DIGITALIZACIÓN, POR CCAA

tareas	TOTAL	COMUNIDAD				
		Andalucía	Cataluña	C.Valenciana	Galicia	País Vasco
Mayor eficiencia de los procesos/ usuarios	17%	13%	17%	15%	17%	21%
Mejor comunicación con el cliente,	14%	11%	12%	15%	16%	10%
Ofrecer nuestros productos o servicios a un nuevo público	13%	6%	12%	15%	11%	7%
Incremento de la rentabilidad	5%	6%	3%	4%	5%	5%
Nuevos mercados	5%	4%	4%	4%	2%	2%
Mejora de la reputación	5%	5%	4%	6%	4%	4%
Mayor satisfacción de los clientes,	4%	2%	3%	4%	4%	2%
Reducción de los gastos	3%	3%	2%	2%	4%	2%
Conocer mejor las necesidades de los clientes, usuarios	3%	2%	3%	3%	1%	4%
Mejora de la posición en el mercado	1%	---	1%	---	---	---

Base: Total de respuestas. Pregunta abierta con multirrespuesta.

🟢 Significativo superior al total.

🔴 Significativo inferior al total.

¿En qué servicios priorizarán sus inversiones digitales?

Las comunidades autónomas priorizan invertir en conectividad para mejorar su estado digital

En la actualidad, Andalucía, País Vasco y Cataluña despiden como las comunidades que más apuestan por mejorar la conectividad de sus instituciones. Andalucía es la comunidad que más invierte en reforzar su seguridad frente a País Vasco, donde únicamente el 56% de las empresas lo consideran relevante. Cataluña destaca como la comunidad que más invierte en servicios relacionados con la Nube.

NIVEL DE IMPORTANCIA EN LA INVERSIÓN DE CADA UNA DE ESTAS TECNOLOGÍAS, POR CCAA (MUY+BASTANTE IMPORTANTE)

	TOTAL	COMUNIDAD				
		Andalucía	Cataluña	C.Valenciana	Galicia	País Vasco
Conectividad a la red y entre dispositivos	69%	74%	71%	70%	68%	71%
Sistemas de seguridad	63%	67%	63%	64%	64%	56%
Servicios en la Nube (Cloud and Hosting)	37%	37%	46%	33%	33%	30%
Internet de las cosas	2%	3%	2%	3%	2%	2%
Análisis y Big Data	2%	2%	2%	2%	2%	1%
Herramientas de colaboración	3%	3%	3%	3%	3%	2%

Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

¿En qué servicios de comunicación digital muestran interés?

Andalucía es la comunidad que más prioriza el posicionamiento web y las campañas de publicidad online

Todas las comunidades conceden su mayor valoración a reforzar su posicionamiento web para mejorar su comunicación online. Destaca, en este sentido, la importancia que otorga Galicia a otras acciones de marketing y el poco impacto que tienen, para el País Vasco, las campañas de publicidad como canal de difusión.

SERVICIOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD ONLINE, POR CCAA

	TOTAL	COMUNIDAD				
		Andalucía	Cataluña	C.Valenciana	Galicia	País Vasco
Campañas publicidad	27%	31%	27%	29%	24%	20%
Posicionamiento	42%	48%	39%	46%	43%	38%
Otras acciones de marketing	35%	35%	28%	32%	48%	34%

Base: Todos los encuestados.

🟢 Significativo superior al total.
🔴 Significativo inferior al total.

¿Qué está actuando como freno en la digitalización?

Los costes elevados, la barrera principal para digitalizarse en todas las regiones

Aunque hay consenso en torno a la idea de que los costes elevados suponen una de las principales barreras del proceso digital, Cataluña y Comunidad Valenciana son las que otorgan una mayor valoración. Otro factor llamativo es que, sobre todo para Andalucía, la ausencia de personal cualificado y el desconocimiento de la oferta tecnológica se conciben como frenos para la digitalización.

PRINCIPALES BARRERAS DE LA DIGITALIZACIÓN, POR CCAA

	TOTAL	COMUNIDAD				
		Andalucía	Cataluña	C.Valenciana	Galicia	País Vasco
Coste elevado de la implantación	22%	10%	21%	18%	16%	16%
Ausencia de personal cualificado en la empresa o negocio	8%	8%	6%	6%	5%	7%
Ausencia de ayudas públicas	6%	2%	6%	7%	1%	3%
Ausencia de rentabilidad de la inversión	2%	---	2%	2%	1%	3%
Desconocimiento de la oferta de nuevas tecnologías en el mercado	9%	8%	7%	5%	4%	11%
Incompatibilidad de los nuevos sistemas con los sistemas actuales	3%	---	2%	3%	1%	1%
Resistencia de los empleados a la implantación	3%	1%	1%	4%	3%	2%

Base: Total de respuestas. Pregunta abierta con multirrespuesta.

% Significativo **superior** al total.

% Significativo **inferior** al total.

¿Quién les ayudará a digitalizarse?

País Vasco y Cataluña, las comunidades que más apuestan por combinar a proveedores externos y personal propio en su proceso digital

Las comunidades que más apuestan por digitalizarse con la ayuda de proveedores externos y personal propio son Cataluña y País Vasco. Galicia, en cambio, es la que más se decanta por contar con proveedores externos y la Comunidad Valenciana la que más opta por avanzar con el personal propio.

CON QUIÉN LLEVARÁN A CABO SU DIGITALIZACIÓN, POR CCAA

	TOTAL	COMUNIDAD				
		Andalucía	Cataluña	C.Valenciana	Galicia	País Vasco
Con personal propio	26%	24%	24%	31%	20%	21%
Con proveedores externos	36%	38%	35%	35%	45%	38%
Con personal propio y proveedores externos	38%	38%	41%	34%	35%	41%

Base: Todos los encuestados.

% Significativo **superior** al total.

% Significativo **inferior** al total.

La digitalización, una prioridad para el sector del comercio mayorista

Además de por comunidades autónomas, las diferencias sobre la digitalización de las empresas también se refleja en los diferentes sectores. Cada ámbito empresarial muestra unas preocupaciones e intereses diferenciados en función de la utilidad con la que conciben las nuevas tecnologías para sus negocios.

El comercio mayorista destaca cómo el que más importancia presta a la digitalización y el que la concibe como una herramienta para impulsar su negocio. El sector servicios, que engloba ámbitos como la educación, la banca y servicios sanitarios y asistenciales entre otros, es el que más preocupado se muestra ante la digitalización y, tras el comercio mayorista, el sector con más empresas con un plan para digitalizarse.

En el caso de la relación con el cliente, el comercio mayorista es el sector que más potencial ve a la digitalización. Casi el 70% de las empresas de este sector establece una conexión entre el uso de las nuevas tecnologías y la mejora de su relación con el cliente.

Desglose por sectores:

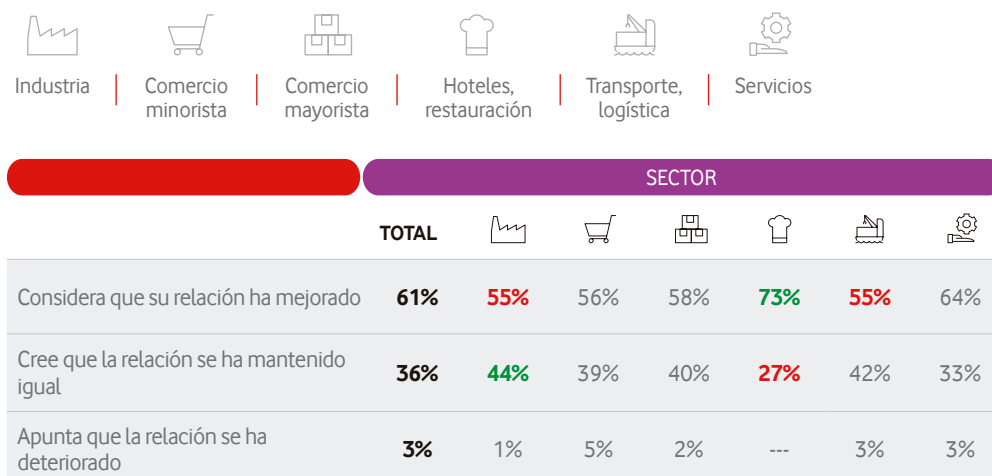
Agricultura, Silvicultura, Minería (39), Industria (449), Comercio minorista (286), Comercio mayorista (246), Hoteles, restaurantes, cafeterías, bares (296), Transporte, logística (218), Construcción (176), Servicios (913). Total: 2.623 entrevistas.

¿Cómo ha influido la digitalización en la relación con el cliente?

Hostelería y servicios, los sectores que más han mejorado su relación con los clientes en los últimos dos años

Las empresas del ámbito de la hostelería despuntan como las que perciben la evolución más positiva en su trato con los usuarios, ya que un 73% cree que la relación con ellos es mejor ahora que hace dos años.

EVOLUCIÓN DE LA RELACIÓN CON EL USUARIO EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS, POR SECTOR DE ACTIVIDAD



Base: Todos los encuestados.

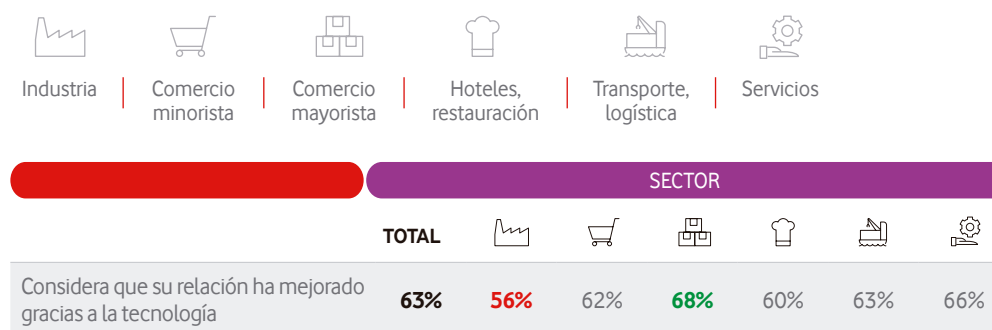
% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

El comercio mayorista valora la digitalización como un aliado para relacionarse con los clientes

El comercio mayorista es el sector que más positivamente valora el uso de las nuevas tecnologías para mejorar la relación con los clientes. En concreto un 68% de las empresas de este ámbito apunta en esta dirección, cinco puntos porcentuales por encima de la media nacional. El sector que menos confianza tiene a la digitalización para mejorar su relación con los clientes es el industrial: un 56% de las empresas de este sector apunta en esta dirección, siete puntos porcentuales menos que la media nacional.

MEJORA DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE GRACIAS AL USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS, POR SECTOR DE ACTIVIDAD



Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

¿Cuál es la percepción de las empresas sobre su estado de digitalización?

El comercio mayorista y el sector servicios son los más avanzados en la digitalización

El comercio mayorista es el sector que afirma encontrarse en un estado más maduro de su digitalización, ya que casi cinco de cada diez empresas se definen en una fase avanzada de seguimiento o mejora de sus procesos. En segunda posición le sigue el sector servicios. Por el contrario, el comercio minorista y la hostelería son los sectores que cuentan con más empresas en la fase digital menos desarrollada.

PERCEPCIÓN SOBRE EL ESTADO DE DIGITALIZACIÓN DE SU EMPRESA, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

		Industria	Comercio minorista	Comercio mayorista	Hoteles, restauración	Transporte, logística	Servicios
	TOTAL						
Fase de estudio	5%	4%	7%	4%	7%	3%	4%
Fase inicial	9%	11%	12%	5%	15%	4%	8%
Fase de implementación	8%	3%	8%	9%	6%	9%	11%
Fase de seguimiento y control	16%	17%	14%	21%	15%	14%	16%
Fase de mejora	18%	15%	14%	26%	16%	21%	21%
De momento no lo estoy valorando	43%	50%	45%	35%	41%	49%	40%

Base: Todos los encuestados.

% Significativo **superior** al total.

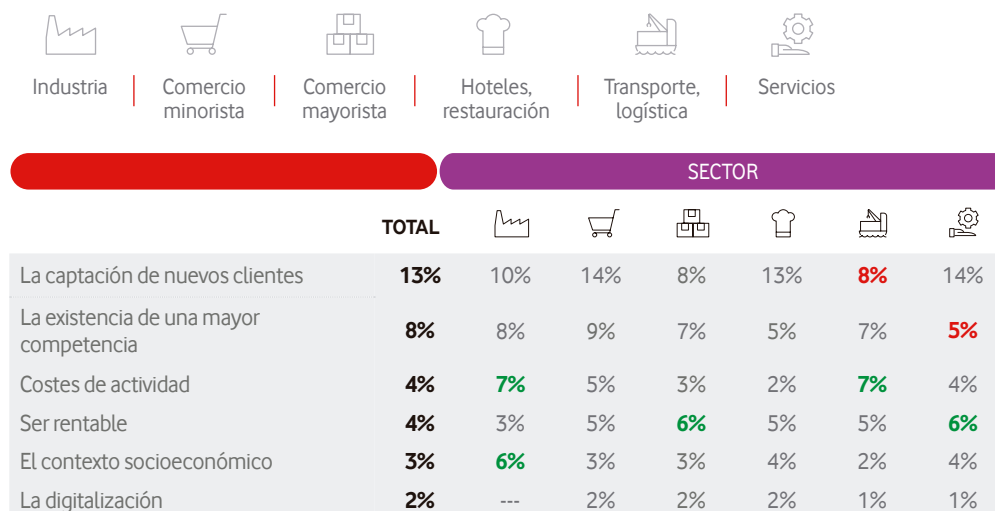
% Significativo **inferior** al total.

¿Cuál es la principal preocupación espontánea de las empresas?

Al sector servicios y al comercio minorista les preocupa la captación de nuevos clientes

La captación de nuevos clientes preocupa a todos los sectores, pero destacan el comercio minorista y el sector servicios con un 14% de empresas que lo consideran así. La digitalización no supone una preocupación para el sector industrial y apenas llega al 2% del resto de sectores.

PERCEPCIÓN SOBRE EL ESTADO DE DIGITALIZACIÓN DE SU EMPRESA EN ESPONTÁNEO, POR SECTOR DE



Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

¿Cuál es la principal preocupación sugerida de las empresas?

El sector servicios, el que presta más importancia a la digitalización

Cuando se ofrece a los encuestados un listado de posibles preocupaciones, las empresas del sector servicios son las que se muestran más preocupadas por la digitalización. Por el contrario, el sector de la hostelería es el que declara una puntuación más baja en este sentido.

NOTA MEDIA QUE OTORGAN A LA PREOCUPACIÓN POR ESTAR DIGITALIZADAS, POR CCAA

Sectores de actividad	Nota Media
Servicios	7,0
Comercio mayorista	6,7
Transporte, logística	6,7
Comercio minorista	6,5
Industria	6,4
Hoteles, restauración	6,3

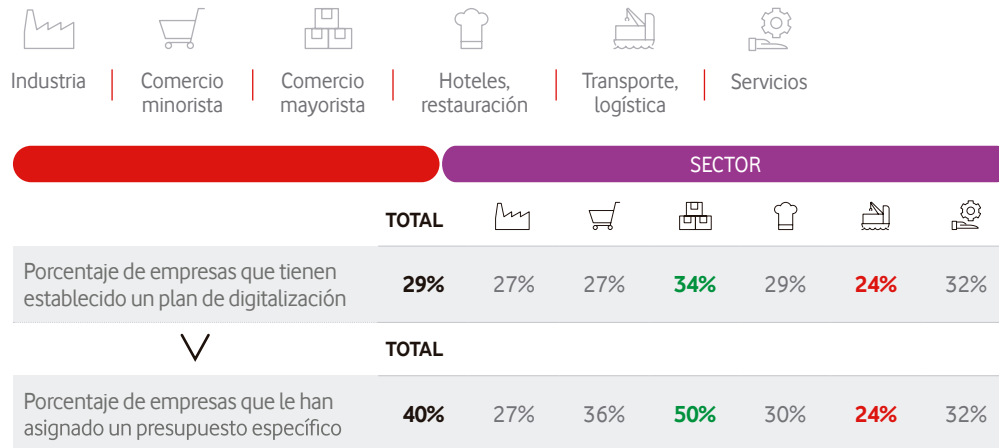
Base: Todos los encuestados.

¿Es la planificación financiera crucial para evolucionar?

Las empresas del comercio mayorista son las que más planifican su digitalización; las de industria, las que menos

El comercio mayorista destaca como el sector que cuenta con una mayor planificación al abordar su digitalización. También se sitúa en primera posición al dotar de presupuesto a esos planes. Por el contrario, el sector de transporte y logística se posiciona en último lugar, siendo el que menos define un rumbo digital específico.

EMPRESAS CON UN PLAN Y UN PRESUPUESTO PARA SU DIGITALIZACIÓN, POR SECTOR DE ACTIVIDAD



Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

¿Qué beneficios buscan con los cambios digitales?

El comercio minorista, el sector que más apuesta por digitalizarse para ofrecer servicios a un público nuevo

Conseguir una mejor comunicación con el cliente es la gran ventaja de la digitalización que perciben los sectores de la industria y del comercio minorista, mientras que la hostelería, y el sector industrial coinciden en destacar una mayor eficiencia en los procesos. Como excepción, el comercio minorista es el único sector que ve como mayor beneficio el hecho de ofrecer productos y servicios a un nuevo público.

PRINCIPALES BENEFICIOS DE LA DIGITALIZACIÓN, POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	SECTOR						
	TOTAL	Industria	Comercio minorista	Comercio mayorista	Hoteles, restauración	Transporte, logística	Servicios
Mayor eficiencia de los procesos/ tareas	17%	20%	13%	14%	19%	16%	18%
Mejor comunicación con el cliente, usuarios	14%	24%	22%	12%	14%	18%	15%
Ofrecer nuestros productos o servicios a un nuevo público	13%	11%	28%	6%	17%	9%	14%
Incremento de la rentabilidad	5%	7%	5%	4%	4%	9%	7%
Nuevos mercados	5%	5%	7%	4%	6%	7%	5%
Mejora de la reputación	5%	6%	13%	4%	10%	3%	5%
Mayor satisfacción de los clientes, usuarios	4%	2%	4%	2%	5%	4%	6%
Reducción de los gastos	3%	2%	2%	3%	3%	4%	5%
Conocer mejor las necesidades de los clientes, usuarios	3%	6%	5%	2%	3%	---	3%
Mejora de la posición en el mercado	1%	---	1%	1%	1%	1%	1%

Base: Total de respuestas. Pregunta abierta con multirrespuesta.

% Significativo superior al total.

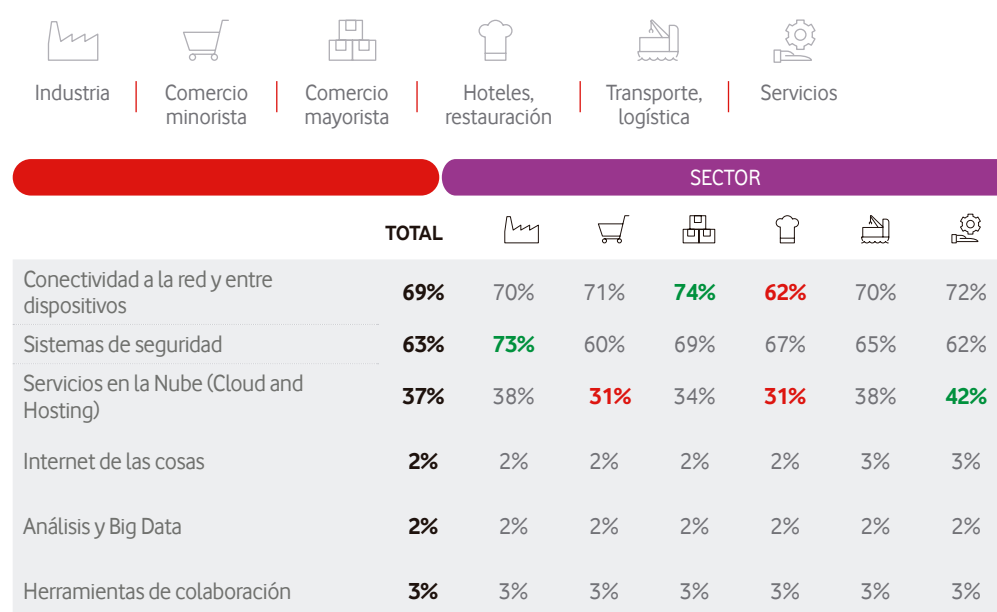
% Significativo inferior al total.

¿En qué servicios priorizarán sus inversiones digitales?

El sector servicios, el que más apuesta por invertir en la Nube frente a un comercio minorista que no lo ve tan necesario

Destinar mayores recursos económicos a mejorar los servicios de conectividad a la red es la prioridad de inversión actual para los sectores del comercio minorista y mayorista, del transporte y de los servicios. Por otro lado, en el ámbito de la industria y de la hostelería resulta más importante invertir en seguridad que protejan los sistemas y la información de la empresa.

NIVEL DE IMPORTANCIA EN LA INVERSIÓN DE CADA UNA DE ESTAS TECNOLOGÍAS, POR SECTOR (MUY+BASTANTE IMPORTANTE)



Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

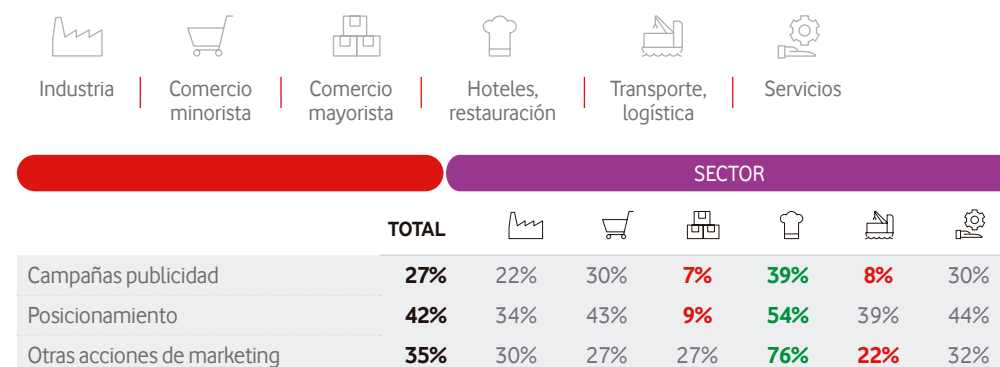
% Significativo inferior al total.

¿En qué servicios de comunicación digital muestran interés?

La mayoría de los sectores coincide en ver al posicionamiento web como su gran aliado en comunicación digital

Mejorar el posicionamiento web de su empresa es el área que destacan principalmente los sectores de la industria, del comercio minorista, del transporte y de los servicios. En el caso de la hostelería muestran un mayor interés en otras acciones de marketing digital para atraer clientes como incluir su empresa en directorios online y realizar campañas de email marketing y mobile marketing.

SERVICIOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD ONLINE, POR SECTOR DE ACTIVIDAD



Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

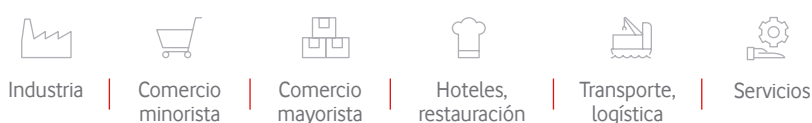
% Significativo inferior al total.

¿Qué está actuando como freno en la digitalización?

El comercio minorista y la industria ven en los costes de la digitalización su mayor barrera

A pesar de que hay consenso entre los sectores al considerar los elevados costes de implantación como la principal barrera que ven al digitalizarse, destacan los casos de industria y del comercio minorista, ya que otorgan una valoración superior a la media, con un 26% y 41% de empresas que así lo consideran, frente a la media del 22%. Es llamativo, asimismo, que el hecho de no contar con ayudas públicas supone otro freno significativo para el comercio minorista.

PRINCIPALES BARRERAS DE LA DIGITALIZACIÓN, POR SECTOR DE ACTIVIDAD



	TOTAL	SECTOR					
		Industria	Comercio minorista	Comercio mayorista	Hoteles, restauración	Transporte, logística	Servicios
Coste elevado de la implantación	22%	26%	41%	15%	18%	16%	19%
Ausencia de personal cualificado en la empresa o negocio	8%	13%	10%	10%	3%	9%	8%
Ausencia de ayudas públicas	6%	9%	11%	2%	2%	9%	5%
Ausencia de rentabilidad de la inversión	2%	---	3%	2%	6%	2%	2%
Desconocimiento de la oferta de nuevas tecnologías en el mercado	9%	9%	11%	7%	6%	5%	10%
Incompatibilidad de los nuevos sistemas con los sistemas actuales	3%	3%	4%	3%	2%	2%	2%
Resistencia de los empleados a la implantación	3%	2%	4%	1%	7%	2%	3%

Base: Total de respuestas. Pregunta abierta con multirrespuesta.

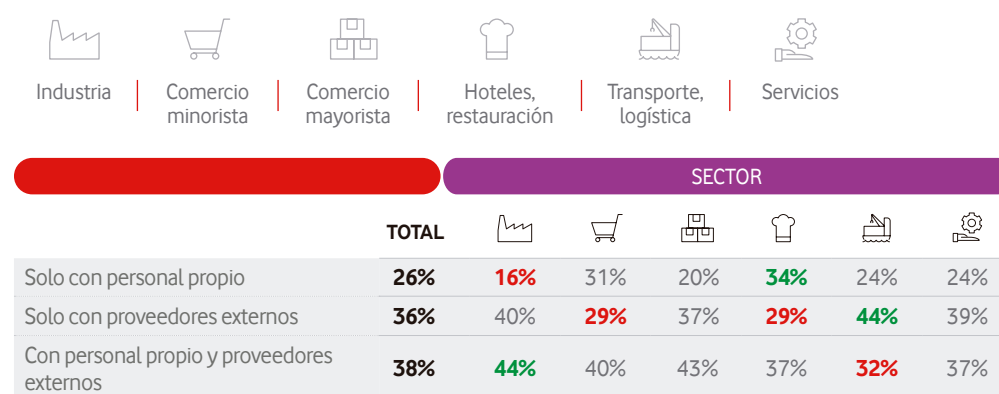
% Significativo superior al total.
% Significativo inferior al total.

¿Quién les ayudará a digitalizarse?

Digitalizarse con la ayuda de proveedores externos, la opción elegida por los sectores del transporte, industria y servicios

Mientras que la hostelería es el sector que más apuesta por digitalizarse únicamente con personal propio, el del transporte es el que más opta por trabajar solo con proveedores externos. Sin embargo, la opción favorita en la mayoría de los casos es llevar a cabo la digitalización con una combinación de ambos, siendo el sector industrial el que destaca en este punto.

CON QUIÉN LLEVARÁN A CABO SU DIGITALIZACIÓN, POR SECTOR DE ACTIVIDAD



Base: Todos los encuestados.

% Significativo superior al total.

% Significativo inferior al total.

